

УДК 02:004.738.5



**Артур Струнгар,**  
молодший науковий співробітник  
відділу програмно-комунікаційних  
технологій СІАЗ НБУВ



**Олена Мар'їна,**  
кандидат наук із соціальних  
комунікацій, викладач кафедри  
бібліотечнознавства та соціальних  
комунікацій ХДАК

## Аналітичні технології Yandex Metrika на бібліотечному порталі

У статті розглянуто сучасні аналітичні системи моніторингу відвідуваності веб-ресурсу, використання яких сприяє розвитку функціональних можливостей порталу.

**Ключові слова:** статистика, веб-сайт, аналітика, Google Analytics, Yandex, AWStats, CNStats STD, Yandex Metrika.

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток як систем управління динамічними сайтами (Joomla, Drupal, Wordpress), так і допоміжних плагінів та модулів на основі php-коду створює передумови для якісного аналізу веб-продуктів. Це стосується і бібліотечних веб-проектів. Адже нині процес залучення користувачів до їх контенту має відбуватися за допомогою комбінування традиційних маркетингових та аналітичних навичок з навичками розробки веб-продуктів бібліотек.

Створення та просування кожного веб-ресурсу зосереджені на потребах цільової аудиторії, пошуку невикористаних каналів та інструментальних засобів взаємодії з відвідувачами, а також технічних рішень, які сприяють зростанню популярності веб-сайтів шляхом залучення та утримання все більшої кількості користувачів. Розвиток можливостей систем управління потребує додаткової інформації щодо ефективності сайтів, статистики важливих сторінок, ключових фраз, переходу та географії користувачів, показників використання продукту в різних сегментах мережі тощо. Головним чином він включає аналіз безпосередньої взаємодії користувачів з веб-проектом бібліотеки, що актуалізує необхідність використання найкращих сучасних аналітичних систем моніторингу Google Analytics або Yandex Metrika.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** з цієї проблеми свідчить, що вона є предметом вивчення багатьох науковців. Це пов'язано насамперед зі стрімким розвитком інтернет-ресурсів. Їх аналіз потребує ранжування сайтів за кількома якісними характеристиками, зокрема PR (Page Rank), ТІЦ, Alexa Rank [1]. Актуальні аспекти веб-аналітики досліджували зарубіжні вчені та практики Б. Кліфтон, М. Тайлер, М. Хасслер, В. Гусев тощо. Останнім часом проблематика методології веб-аналітики дедалі більшої актуальності набуває у публікаціях українських науковців, які висвітлюють різні аспекти її використання, — Д. Меліхова, І. Сарматова, І. Єгорової, Є. Тихомирова, М. Пікули та ін. Потрібно також зазначити, що проблема застосування методів веб-аналітики в бібліотечних веб-проектах досі не була предметом окремих досліджень [2].

**Метою** статті є обґрунтування доцільності використання системи моніторингу Yandex Metrika як аналітичного інструменту сучасного інтернет-порталу бібліотеки.

**Виклад основного матеріалу.** Веб-аналітика вимірює, збирає, аналізує, відстежує та надає для інтерпретації інформацію про взаємодію користувачів з контентом веб-проекту з метою його поліпшення та оптимізації. Майже

90% усіх даних, які подає веб-аналітика, — це інформація про поведінку та дії відвідувача на веб-сайті: яким чином він переглядав веб-сторінку, які елементи на сторінці ігнорував, які веб-форми заповнював тощо [3].

В арсеналі методології веб-аналітики, яка динамічно розвивається, постійно удосконалюються методи аудиту сайтів, що надають можливість здійснювати:

- постійний моніторинг кількісних і якісних даних про відвідуваність інтернет-ресурсів за такими параметрами, як кількість переглянутих веб-сторінок, пошукові ключові слова та фрази, географія користувачів, час, проведений на веб-сайті, переходи між веб-сторінками, аудиторія сайту (випадкові, постійні користувачі та ін.);

- оцінку функціональності різноманітних елементів сайтів та якості контенту;

- аналіз дизайну, "юзабіліті" інтерфейсу користувача та зручності навігації сайту;

- формування статистики за обсягами завантаженого контенту, трафіку сайту, закладок, поставлених відвідувачами на сайт у своєму браузері;

- виявлення проблемних місць у структурі, навігації та контенті сайту;

- контроль за репутацією веб-проекту в пошукових системах або порівняно з іншими ресурсами;

- відстеження помилок роботи сервера, хакерських атак, працездатності сайту тощо.

На підставі отриманих даних визначається веб-аудиторія та вивчається поведінка користувачів для прийняття рішень з розвитку та розширення функціональних можливостей веб-ресурсу. Завдяки веб-аналітиці уможливується поліпшення релевантності веб-сайту, збільшення його цільової аудиторії та оптимізація шляхом розширення функцій веб-порталу [4].

Застосування веб-аналітики є необхідною умовою розвитку численних веб-проектів бібліотек, які, на жаль, нині часто створюють малоінформативні сервіси, несвоєчасно оновлюють інформацію, інтуїтивно обирають технологічні рішення налагодження інформаційно-комунікаційної взаємодії в медіа-середовищі. Досить часто ІТ-фахівці використовують кілька віртуальних платформ, не пов'язують власні веб-проекти один з одним, втрачаючи можливість діалогу та отримання миттєвого зворотного зв'язку, а головне — майже не відстежують масовість аудиторії, активність і зацікавленість користувачів у контенті та

сервісах веб-проектів бібліотек [5]. Це пов'язано насамперед з постійним прогресом різних комунікаційних технологій, цифровою конвергенцією електронних каналів і онлайн-сервісів, браком досвіду роботи бібліотечного персоналу в електронному середовищі, а головне — з відсутністю стратегії розвитку бібліотек у веб-середовищі. Винятковим є досвід Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. Розглянемо можливості веб-аналітики на прикладі інформаційно-аналітичного порталу НБУВ, який використовує аналітичну технологію Yandex Metrika. Сервіс, який став доступним у 2009 році, цілком самостійна система, що надає додаткову інформацію для аналізу:

- ефективності порталу в мережі Інтернет;
- кількості візитів, переглядів та відвідувачів (рис. 1);

- вікової структури відвідувачів;
- проблемних місць у структурі, навігації і контенті сайту;
- статистики відвідуваності розділів і веб-сторінок;
- кількості переглянутих веб-сторінок;
- ключових слів та фраз, за якими відвідувачі знаходили сайт в пошукових системах;
- географії відвідувачів (рис. 2);
- часу, проведеного на веб-сторінці відвідувачем;
- переходів між веб-сторінками;
- аудиторії сайту (випадкові, постійні відвідувачі тощо);
- джерел користувачів: (які пошукові системи використовуються) (рис. 3).

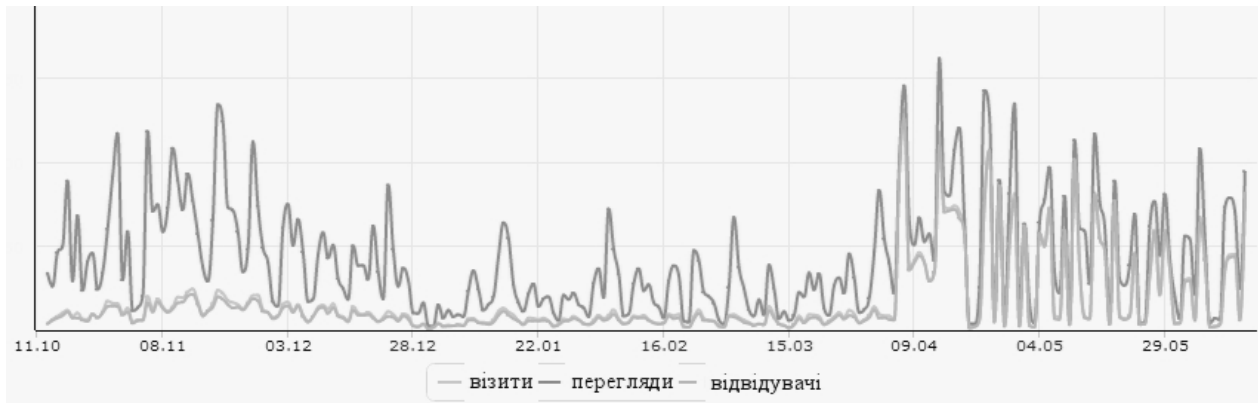


Рис. 1. Кількість користувачів порталу nbuv.gov.ua

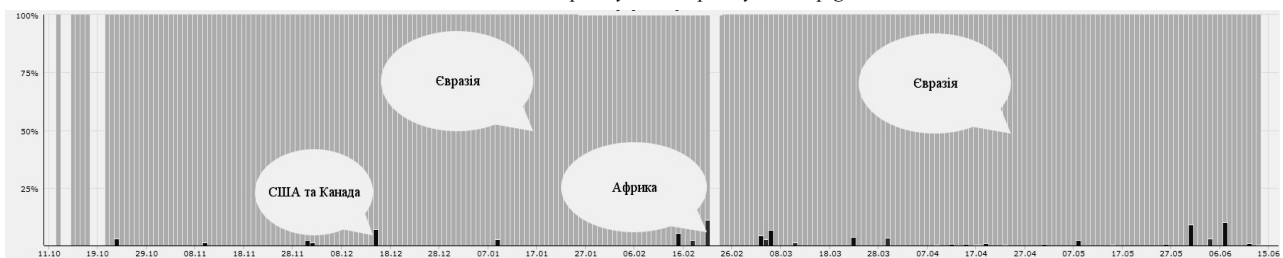


Рис. 2. Географія відвідувань порталу за країнами

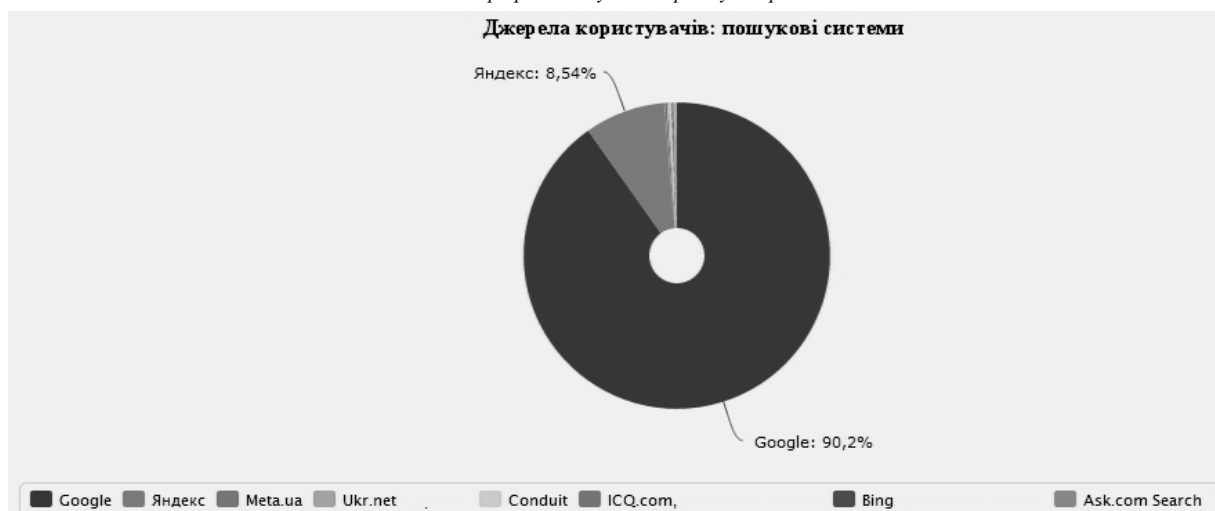


Рис. 3. Джерела користувачів порталу

Найточніший спосіб перевірки статистики відвідувань — використання так званої серверної статистики відвідуваності. Більшість віртуальних хостингів надають таку послугу. Найпопулярнішими програмами для роботи з серверної статистикою є: AWStats — аналізатор логів сервера,

який проводить розбір і аналіз log-файлів сервера, генеруючи HTML-звіти. Дані візуально можуть бути представлені у звітах таблицями і гістограмами; CNStats STD — сучасна система для збору та аналізу статистики відвідуваності сайту. Вона базується на популярній і перевірненій системі збору та

аналізу статистики сайту CNStats. Надійність і зручність CNStats плюс новий функціонал і новий рівень підтримки надають достовірний і якісний інструмент для сучасних рішень [6].

**Висновки.** Аналітична система моніторингу Yandex Metrika дозволяє глибоко оцінити ключові фактори, що впливають на ефективність сайту. Можна стверджувати, що сервіс Yandex Metrika може слугувати цілком реальною альтернативою Google Analytics, оскільки забезпечує реалізацію таких завдань, як аналіз ефективності seo-діяльності, позиціонування веб-продуктів у мережі, оцінка видів мережевого маркетингу. Достовірність висновків підтверджена позитивним досвідом використання Yandex Metrika на порталі аналітичних підрозділів НБУВ.

#### Список використаної літератури

1. Головань Я. В. Web-сайт, как необходимый инструмент PR / Я. В. Головань // Экономика и менеджмент инновационных технологий. — Май 2012. — № 5. — Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2012/05/858>. — Загл. с экрана.
2. Мацеевский Н. С. Реактивные веб-сайты. Клиентская оптимизация в алгоритмах и примерах : учеб. пособие / Н. С. Мацеевский, Е. В. Степанищев, Г. И. Кондратенко — М : Интернет-Университет Информационных Технологий: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2010. — 336 с.
3. Мелихов Д. С. Веб-аналитика: шаг к совершенству : учебник / Д. С. Мелихов, И. И. Сарматов. — К. : Аналитик Интеллект Сервис, 2010. — 112 с.
4. Хасслер М. Веб-аналитика / М. Хасслер. — М. : Эксмо, 2010. — 432 с.
5. Гусев В. С. Аналитика веб-сайтов. Использование аналитических инструментов для продвижения в Интернете / В. С. Гусев. — К. : Диалектика ; Вильямс, 2008. — 176 с.
6. Кошик А. Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики = Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity / А. Кошик. — М. : Диалектика, 2011. — С. 528.

*В статье рассмотрены современные аналитические системы мониторинга посещаемости веб-ресурса, использование которых способствует развитию функциональных возможностей портала.*

*The article describes modern analytical monitoring attendance web resource, the use of which contributes to the development of the portal functionality.*

Надійшла до редакції 18 червня 2014 року